

ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

С. Ю. ЮР'ЄВА, канд. екон. наук, доцент, О. В. КАЛІНІНА

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Українська економіка знаходиться на порозі формування конкурентного середовища, яке потребує від вітчизняних компаній пошуку нових методів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Головною метою в мінливому зовнішньому середовищі та нестабільної економіки країни є досягнення стійких конкурентних переваг.

Однією з найважливіших галузей для будь-якої держави є будівельна галузь. Ефективне функціонування в країні системи господарювання залежить саме від будівельної галузі. Для економіки країни вагомість будівельної галузі, пояснюється такими основними чинниками: по-перше це створення великої кількості робочих місць; по-друге будівельна галузь є споживачем продукції інших галузей країни, що надає поштовх для їх розвитку; по-третє забезпечує країну будівельними спорудами, реконструкцією та ремонтом виробничих та невиробничих об'єктів.

В сучасних умовах рухомою силою розвитку є конкуренція, тому підвищення конкурентоспроможності для будівельної галузі це досить актуальна та недостатньо вивчена проблема.

Конкурентоспроможність будівельного підприємства – це здатність конкретної будівельної організації задовольняти потреби обраних цільових сегментів ринку житла, принаймні не гірше, ніж це роблять інші будівельні організації, що працюють у тому ж сегменті та які пропонують будівельну продукцію або послуги високої якості для задоволення тих же самих потреб [1, с. 88 – 91].

Умовні та індивідуальні конкурентні переваги, по відношенню до інших учасників ринку (конкурентів) визначають конкурентоспроможність будівельного підприємства, та забезпечує йому ефективне функціонування. До індивідуальних конкурентних переваг будівельної організації відносяться такі переваги: репутація та великий досвід роботи в будівництві, висока якість будівельно-монтажних робіт, порівняно із конкурентами, швидкі терміни реалізації інвестиційних проектів, обґрунтоване співвідношення «ціна – якість» продукції, професіоналізм працівників, сучасний рівень

менеджменту та маркетингу і т. п. [3, с. 32 – 36].

Найбільш перспективними, на сьогоднішній, день впровадженнями для підвищення конкурентоспроможності є концентрація та диверсифікація в будівництві, при цьому обов'язково враховуючи конкурентоутворюючі зовнішні та внутрішні чинники (табл. 1).

Таблиця 1 – Переваги та недоліки концентрації та диверсифікації

Найменування	Переваги	Недоліки
1. Концентрація	<ul style="list-style-type: none">– Збільшення випуску продукції або надання послуг;– Розвиток науково-технічного прогресу– Високий рівень продуктивності праці;– Висока якість продукції;– Скорочення термінів виконання будівельно-монтажних робіт;– Зниження собівартості будівельно-монтажних робіт	<ul style="list-style-type: none">– Скорочення чисельності працівників в результаті механізації та автоматизації трудових процесів;– Великий обсяг інвестицій;– Ускладнення процесу прийняття управлінських рішень;– Зниження гнучкості, сприйнятливості до нововведень;– Імовірність появи монополізму
2. Диверсифікація	<ul style="list-style-type: none">– Розширення сфери діяльності підприємства у нових ринках, галузях;– Освоєння нових виробництв пов'язаної або не пов'язаних з основним виробництвом;– Розширення ринків збуту;– Підвищення рентабельності підприємства;– Зменшення або розподіл ризиків;– Зниження собівартості будівельно-монтажних робіт	<ul style="list-style-type: none">– Імовірність збитків при освоєнні нових видів діяльності;– Ускладнення процесів управління та планування

В будівельній галузі, концентрація виробництва – це, перш за все, базифікація зосередження в великих виробничих підрозділах засобів, предметів та ресурсів праці, основою якої є науково-технічний прогрес.

Особливості концентрації в будівництві ґрунтуються на специфіці будівельної галузі (нерухомість об'єктів) і розвивається по таких напрямках: розширення діючих будівельних підприємств, збільшення масштабів будівельно-монтажних робіт, які виконуються на одному майданчику або збільшення масштабів об'єктів будівництва.

В будівництві найчастіше впроваджують диверсифікацію виробництва.

Диверсифікація виробництва в будівництві – це розвиток декількох пов'язаних або непов'язаних один з одним видів виробництв або поєднання виробництва товарів (робіт, послуг) в різнорідних сферах діяльності з одночасним проникненням в нові сектори будівельного і небудівельних ринків [2, с.497–502].

У вітчизняній економіці, будівельні компанії застосовують диверсифікацію, без належного обґрунтування, для підтримки існування підприємства. На відміну від українських будівельних організацій, західні компанії використовують диверсифікацію як можливість виходу на новий етап розвитку компанії, освоєння інших галузей, отримання додаткового прибутку, що в свою чергу підвищує конкурентний потенціал організації.

Найбільш ефективний напрямок диверсифікації виробництва для будівельної організації, на сьогоднішній день, це розширення сфери діяльності за основним для підприємства профілем: створення домобудівних комбінатів, які в одній системі з будівництвом виробляють будівельні матеріали; створення проектно-будівельних підприємств, які займаються проектуванням і будівництвом. Поєднання цих двох напрямків робить підприємство більш гнучким на будівельному ринку та можливість створення інжинірингової компанії, яка надає весь спектр робіт і послуг «під ключ».

За таким напрямком диверсифікації з'являється можливість виходу будівельного підприємства на новий сектор ринку, ймовірність залучення нових споживачів та партнерів ринку, що в свою чергу відобразиться на конкурентному потенціалі будівельного підприємства.

При порівнянні концентрації та диверсифікації, на нашу думку, для підприємства більш перспективним є диверсифікація виробництва, оскільки диверсифікація надає підприємству більше можливостей для розширення сфери діяльності підприємства, розширення ринків збуту, зниження та перерозподілу ризиків, та підвищення прибутку.

Диверсифікація виробництва, в умовах жорсткої конкуренції, є ефективним напрямком підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства. Пропонуючи більший вибір товарів та послуг підприємство підвищує свою конкурентоспроможність. При цьому при диверсифікації неодмінно виникає синергетичний ефект.

Список використаних джерел:

1. Россіхіна О. Є. Вплив конкурентоспроможності продукції на конкурентоспроможність будівельного підприємства. // Економіка підприємства та

управління виробництвом. – 2010. – С. 88–91.

2. Степанов, И. С. Экономика строительства: учебник для вузов / И. С. Степанов. – 3-е изд. – М. : Издательство Юрайт, 2009. – 620 с.

3. Тищенко А. Н. Оценка конкурентоспособности предприятий строительного кластера / А. Н. Тищенко, Ю. А. Тараруев // Бизнес Информ. – 2009. – № 3. – С. 32–36.

4. Чевганова В. Я. Конкурентоспроможність: сутність, оцінка та шляхи підвищення її рівня (регіон, галузь, підприємство): монографія / В. Я. Чевганова, І. А. Брижань, К. А. Земцова, О. О. Олійник. – Полтава: ПолтНТУ, 2010. – 256 с.

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

Ю. О. ТАРАРУСВ, канд. екон. наук, доцент, В. О. КОНДРАТЬСВ

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Серед проблем, що ускладнюють розвиток акціонерних товариств особливо варто виділити ті, що пов'язані з необхідністю підвищення мотивації працівників апарату управління, бо саме від своєчасної розробки та впровадження системи мотивації працівників значною мірою залежить результативність функціонування системи управління корпоративних суб'єктів, незалежно від їх галузевої специфіки та інших особливостей діяльності.

Важливість розробки та впровадження заходів з мотивації менеджерів акціонерних товариств підтверджується необхідністю врахування потреб працівників в процесі виконання ними своїх обов'язків, та створення належних умов їх праці. Загальновідомо, що реалізація заходів з мотивації управлінського та іншого персоналу передбачає впровадження пропозицій з матеріального та нематеріального стимулювання. Але традиційні методи (преміювання, створення умов для самореалізації та навчання та ін.) не завжди враховують особливості корпоративного управління акціонерними товариствами.

Для посилення ефективності заходів з мотивації менеджерів вітчизняних акціонерних товариств пропонується ініціювати такі мотиваційні пропозиції, що змінюють не лише рівень задоволення потреб працівників, а й їхній статус.

Йдеться про преміювання менеджерів акціонерних товариств акціями компаній де вони працюють. Такий підхід перетворює менеджера на